

ADOLFODOMINGUEZ

Informe de Resultados

9M 2025/26

Marzo-Noviembre 2025



Nota legal

Información legal

La información contenida en este Informe de Resultados correspondiente a los primeros nueve meses del ejercicio 2025/26 (marzo-noviembre 2025) ha sido elaborado por Adolfo Domínguez S.A. (en adelante, Adolfo Domínguez) en virtud de lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión.

El Informe de Resultados contiene la revisión de la gestión de la actividad y resultados de la compañía durante los primeros nueve meses del ejercicio 2025/26 (marzo-noviembre 2025), así como su comparación con el mismo periodo del ejercicio 2024/25 (marzo-noviembre 2024) e incluye información financiera de Adolfo Domínguez, S.A. y sus filiales, correspondiente a los primeros nueve meses del ejercicio 2025/26 (marzo-noviembre 2025), así como declaraciones sobre perspectivas futuras.

Información prospectiva

La información que contiene el Informe de Resultados incluye información y manifestaciones relativas a previsiones futuras sobre Adolfo Domínguez no constituyen hechos históricos, estando basadas en asunciones que se consideran razonables, y están sometidas a riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales son difíciles de prever y están, de manera general, fuera del control de Adolfo Domínguez. De este modo, se advierte a accionistas e inversores de que estos riesgos podrían provocar que los resultados y desarrollos reales difieran de los inicialmente previstos en la información y proyecciones futuras.

Con excepción de la información financiera referida, la información y cualesquiera de las opiniones y afirmaciones contenidas en este documento no han sido verificadas por terceros independientes y, por lo tanto, ni implícita ni explícitamente se otorga garantía alguna sobre la imparcialidad, precisión, plenitud o corrección de la información o de las opiniones y afirmaciones que en él se expresan.

Este documento no constituye una oferta o invitación para adquirir o suscribir acciones, de acuerdo con lo establecido en la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercado de Valores y de los Servicios de Inversión, y en su normativa de desarrollo.

Asimismo, este documento no constituye una oferta de compra, de venta o de canje ni una solicitud de una oferta de compra, de venta o de canje de títulos valores, ni una solicitud de voto alguno o aprobación en ninguna otra jurisdicción.



Índice

Informe de Resultados

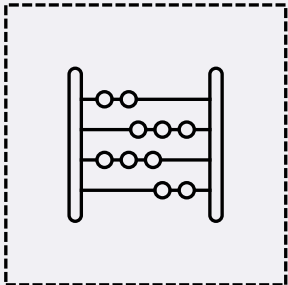
1. Resumen ejecutivo y principales magnitudes del periodo
2. Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)
 - Resultados económico-financieros
 - Financiación
3. Red de Distribución y desglose de ventas
4. Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre
5. Adolfo Domínguez en Bolsa
6. Glosario
7. Contacto
8. Anexos

1

Resumen ejecutivo y principales magnitudes del periodo



① Resumen ejecutivo y principales magnitudes del periodo



CIFRA DE NEGOCIOS

€93,3M

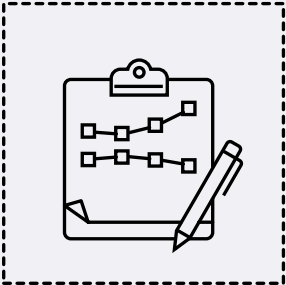
Var. 9M 2024/25: 2,5%



VENTAS COMPARABLES

€86,0M

Var. 9M 2024/25: 4,2%



MARGEN BRUTO

€56,6M

Var. 9M 2024/25: +6,4%



EBITDA AJUSTADO

€12,7M

Var. 9M 2024/25: +28,0%



RESULTADO NETO

€(1,3)M

Var. 9M 2024/25: +€0,3M



Capital bursátil
a 28/11/2025

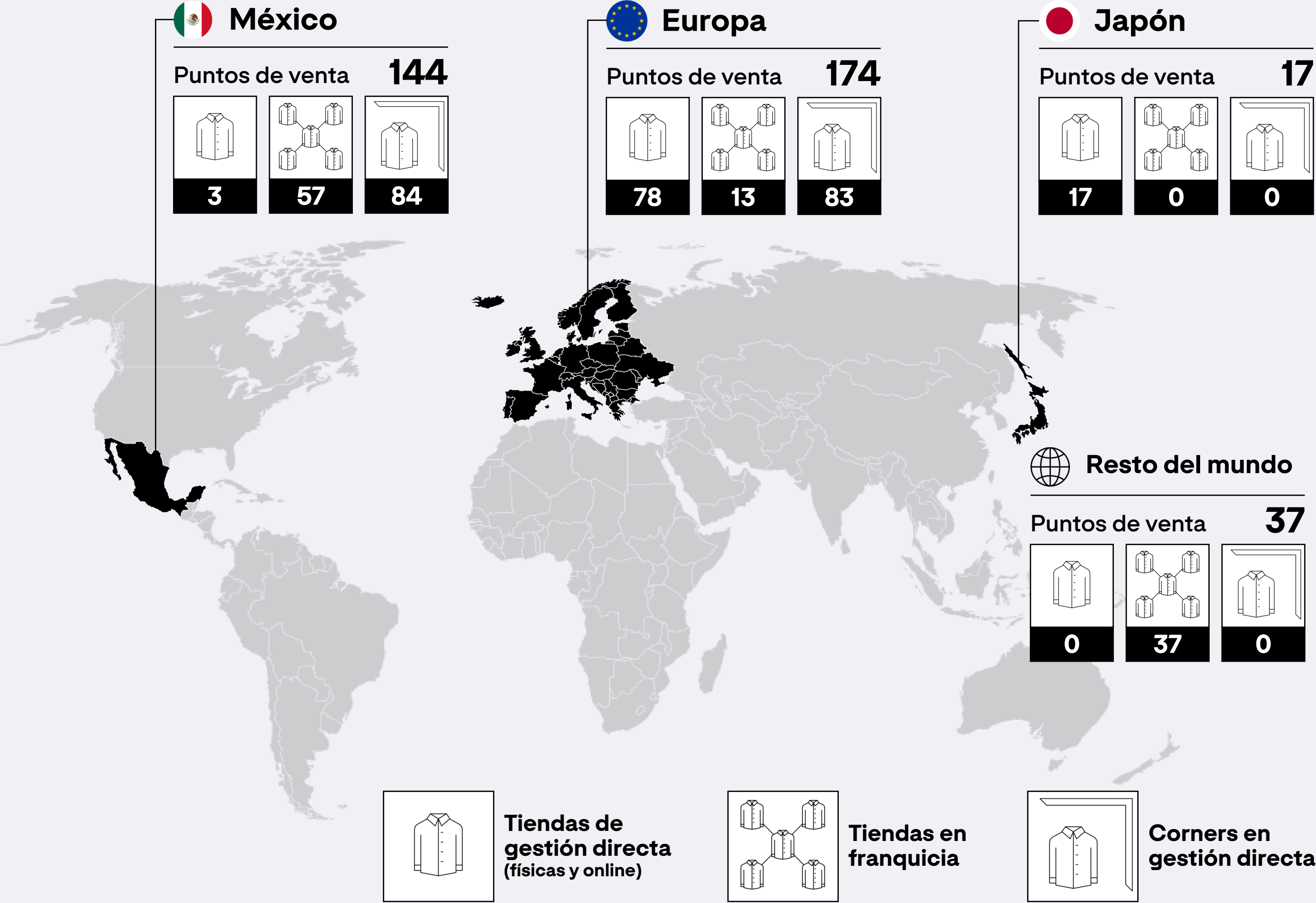
€46M

Hitos / Resumen Ejecutivo

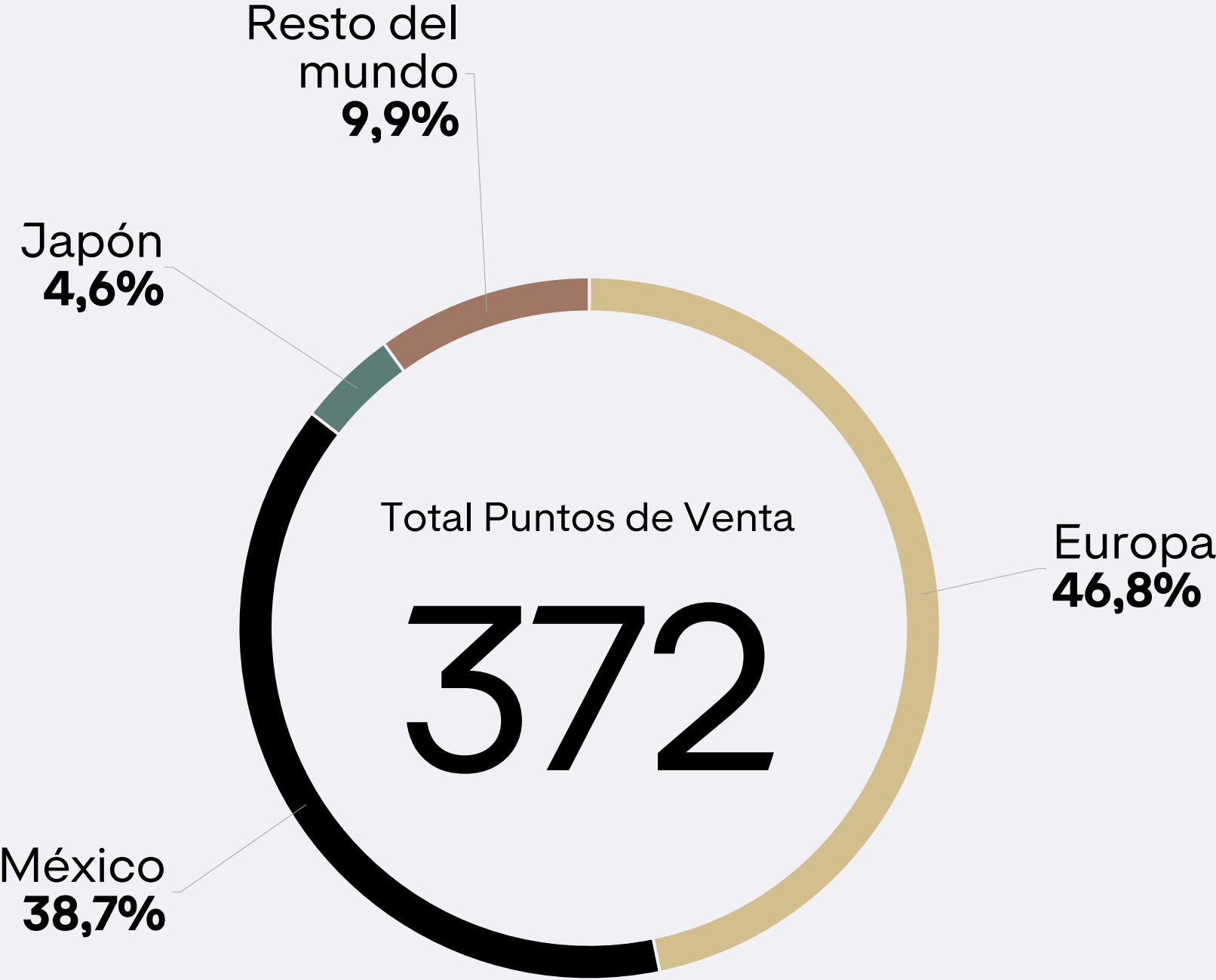


- ✓ El resultado de explotación (EBIT) se situó en 0,8 millones de euros, con una mejora de 1,3 millones de euros respecto al ejercicio anterior, consolidando de forma clara la recuperación del resultado operativo y alcanzando el nivel más elevado de los últimos 16 años.
- ✓ Las ventas comparables, registraron un crecimiento del 4,2%, impulsado principalmente por el segmento “Resto del mundo” (24%), Japón (6,2%) y México (4,5%), en línea con la tendencia observada en el primer semestre del ejercicio.
- ✓ El margen bruto alcanzó los 56,6 millones de euros, con un crecimiento del 6,4% interanual y una mejora de 2,2 puntos porcentuales sobre ventas, marcando el máximo histórico desde 2013.
- ✓ Adolfo Domínguez cuenta con una red comercial de 372 puntos de venta en 53 países, manteniendo una amplia presencia internacional, tras un ajuste selectivo de la red respecto al ejercicio anterior, en línea con la estrategia de optimización y mejora de la calidad de los puntos de venta.

1 Resumen ejecutivo y principales magnitudes del periodo



Distribución puntos de venta por geografías



2

Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)



② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

El ejercicio se ha desarrollado en un contexto de contracción del consumo de moda en España, nuestro principal mercado (56,1%), que registró un descenso acumulado del 4,4% hasta el mes de octubre según Kantar. En este entorno, la evolución del mercado español ha tenido incidencia en la actividad de Adolfo Domínguez, si bien su desempeño ha mostrado un comportamiento más resiliente.

En este contexto, en los nueve primeros meses del ejercicio la cifra de negocios alcanzó un importe neto de 93,3 millones de euros, lo que supone un avance del 2,5% en comparación con 2024. Es la mejor cifra de ventas desde 2013. Esta evolución está caracterizada por el crecimiento de las ventas comparables y la progresiva diversificación geográfica de la actividad.

El comportamiento de las ventas estuvo respaldado por la contribución positiva del segmento “Resto del mundo” de 30,4%, destacando el crecimiento de Oriente Medio y Latinoamérica, junto con México (6,1%). Este desempeño pone de manifiesto la solidez del posicionamiento internacional.

El aumento de la cifra de negocios vino acompañado de una evolución positiva de las ventas comparables, que registraron un crecimiento del 4,2%, impulsado principalmente por el segmento “Resto del mundo” (24%), Japón (6,2%) y México (4,5%), en línea con la tendencia observada en el primer semestre del ejercicio. El principal mercado, Europa, presentó un crecimiento del 2,9%, apoyado fundamentalmente en la evolución Francia (14%) y resto de Europa (14,4%). La desinversión estratégica en el canal outlet (-6,7%) permitió optimizar el mix de ventas y la rentabilidad. Este ajuste tuvo un impacto puntual en el crecimiento en España (2,3%).

El crecimiento de las ventas comparables a tipo de cambio constante se situó en el 6,2%, liderado por el segmento “Resto del Mundo” (+24%), México (+14%) y Japón (+9%). La contribución de Europa fue más moderada, con un crecimiento del 2,9%.

El margen bruto se situó en 56,6 millones de euros, con un crecimiento comparado con el ejercicio anterior de 6,4% (+2,2% de mejora de margen sobre ventas). Es la mejor cifra de margen bruto en 12 años. Esta evolución responde a una mejor composición del mix de producto, un menor coste logístico y a una menor presión promocional, junto con el impacto del tipo de cambio euro/dólar. En este contexto, la evolución del margen es coherente con la estrategia orientada a priorizar la rentabilidad de las ventas.

Los otros ingresos de explotación alcanzaron 2,3 millones de euros, registrando un incremento del 4,8%, con una aportación estable al resultado operativo.

En el ámbito de la estructura de costes, los gastos de personal registraron un aumento del 5,4%, en un contexto marcado por la presión salarial derivada de la actualización de los convenios colectivos y del incremento del salario mínimo. A ello se suma el efecto del cambio en la periodificación de los incentivos aplicado durante el ejercicio, con un impacto puntual en este epígrafe. Este

incremento ha sido parcialmente compensado por las medidas de eficiencia y optimización organizativa.

Por su parte, los otros gastos de explotación experimentaron una reducción del 4,0%, como resultado de la gestión activa del parque de tiendas, la optimización de los gastos operativos y los ahorros alcanzados en arrendamientos y logística, en continuidad con las medidas previamente comunicadas.

Como consecuencia de la evolución positiva de los ingresos, la mejora del margen y el control de costes, el EBITDA Ajustado alcanzó los 12,7 millones de euros, con un crecimiento del 28,0% respecto al ejercicio anterior, reflejando una mejora significativa de la rentabilidad operativa recurrente. Este desempeño sitúa el EBITDA Ajustado en el nivel más elevado desde 2011.

En paralelo, el EBIT se situó en 0,8 millones de euros, con una mejora de 1,3 millones de euros respecto al ejercicio anterior, alcanzando el mejor resultado de los últimos 16 años y confirmando una recuperación operativa sólida y sostenible, basada en el desempeño del negocio ordinario, mejorando sustancialmente sobre el ejercicio previo, que incluía un impacto positivo no recurrente asociado principalmente a la venta de la tienda de Bilbao.

② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

El resultado financiero ha sido de -1,6 millones de euros, aunque muestra una mejora interanual del 11,1%, apoyada en una evolución más favorable de las diferencias de cambio y en una gestión más eficiente de los costes financieros, parcialmente compensada por un mayor coste financiero ordinario. Este comportamiento se alinea con la política financiera prudente de Adolfo Domínguez, orientada a la optimización de costes y a la reducción de la volatilidad, que contempla el uso de seguros de cambio como instrumento de cobertura para limitar el impacto de las fluctuaciones en divisas y reforzar la estabilidad de los resultados financieros.

El impuesto sobre beneficios se situó en -0,5 millones de euros (0,6 millones de euros en 2024) debido a la evolución de los impuestos diferidos derivada de ajustes contables no recurrentes, sin impacto en la fiscalidad recurrente ni en la generación de caja.

El resultado neto consolidado alcanzó una pérdida de 1,3 millones de euros, lo que supone una mejora del 18,6% respecto al ejercicio previo, reflejando el progreso sostenido en la rentabilidad y la solidez de su modelo operativo.

Cifras expresadas en miles de euros

Cuenta de resultados consolidada	Mar-Nov 2025	Mar-Nov 2024	% Var.
Importe neto de la cifra de negocios	93.314	91.078	2,5
Aprovisionamientos	(36.720)	(37.874)	(3,0)
Margen Bruto	56.594	53.204	6,4
Otros ingresos de explotación	2.272	2.167	4,8
Gastos de personal	(28.416)	(26.970)	5,4
Otros gastos de explotación	(17.759)	(18.489)	(3,9)
Resultados no recurrentes ¹	(313)		--
Amortización del inmovilizado	(11.805)	(11.476)	2,9
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado	205	1.089	(81,2)
Otros resultados			--
Resultado de Explotación (EBIT)	779	(475)	c.s.
Ingresos financieros	20	47	(56,0)
Gastos financieros	(885)	(817)	8,3
Gastos financieros arrendamiento	(552)	(776)	(28,8)
Diferencias negativas de cambio, neto	69	(270)	c.s.
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros y variación valor razonable instr. financieros	(267)		--
Resultado financiero	(1.615)	(1.816)	(11,1)
Resultado antes de impuestos	(837)	(2.291)	(63,5)
Impuesto sobre beneficios	(504)	645	c.s.
Resultado Neto	(1.340)	(1.646)	(18,6)
EBITDA	12.378	9.912	24,9
EBITDA Ajustado	12.691	9.912	28,0

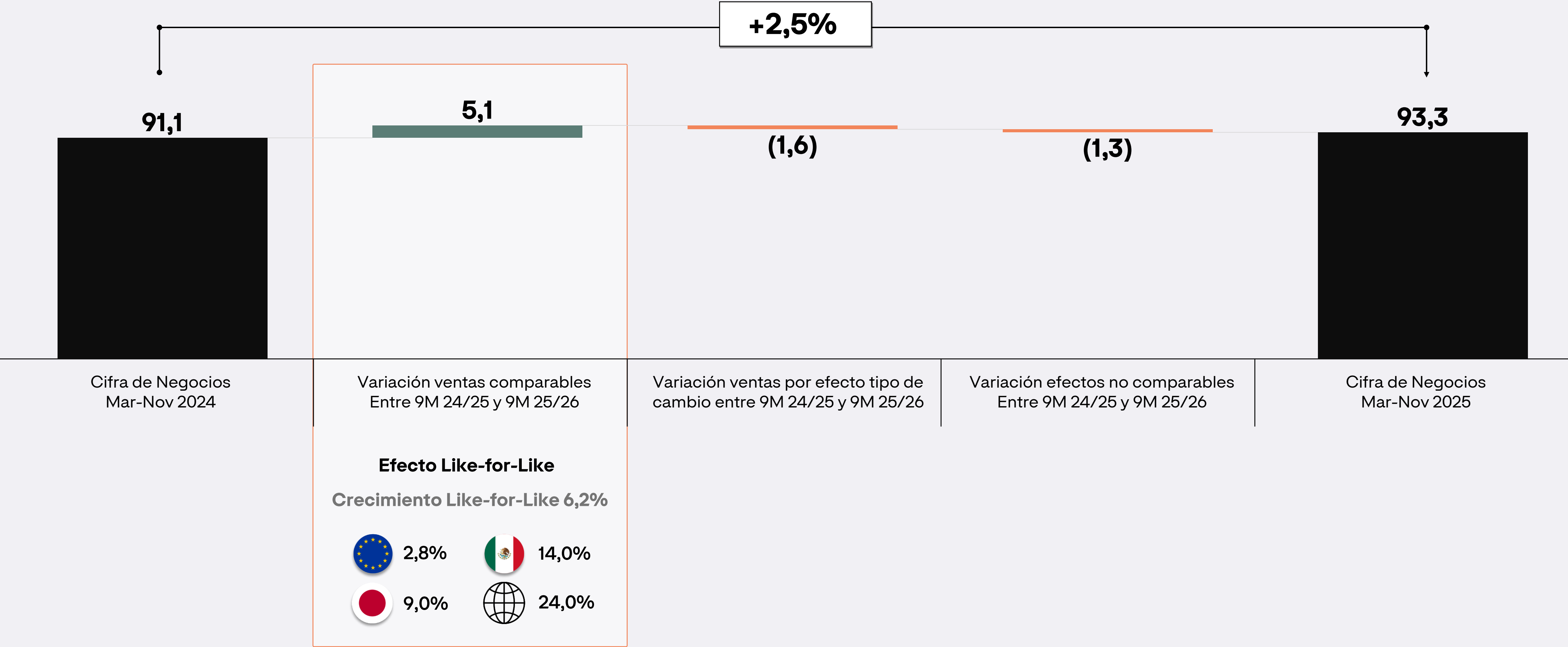
1. Pagos por indemnizaciones

② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

Evolución de Cifra de Negocios 9M 2024/25 (marzo-noviembre 2024) a 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

Cifras expresadas en millones de euros

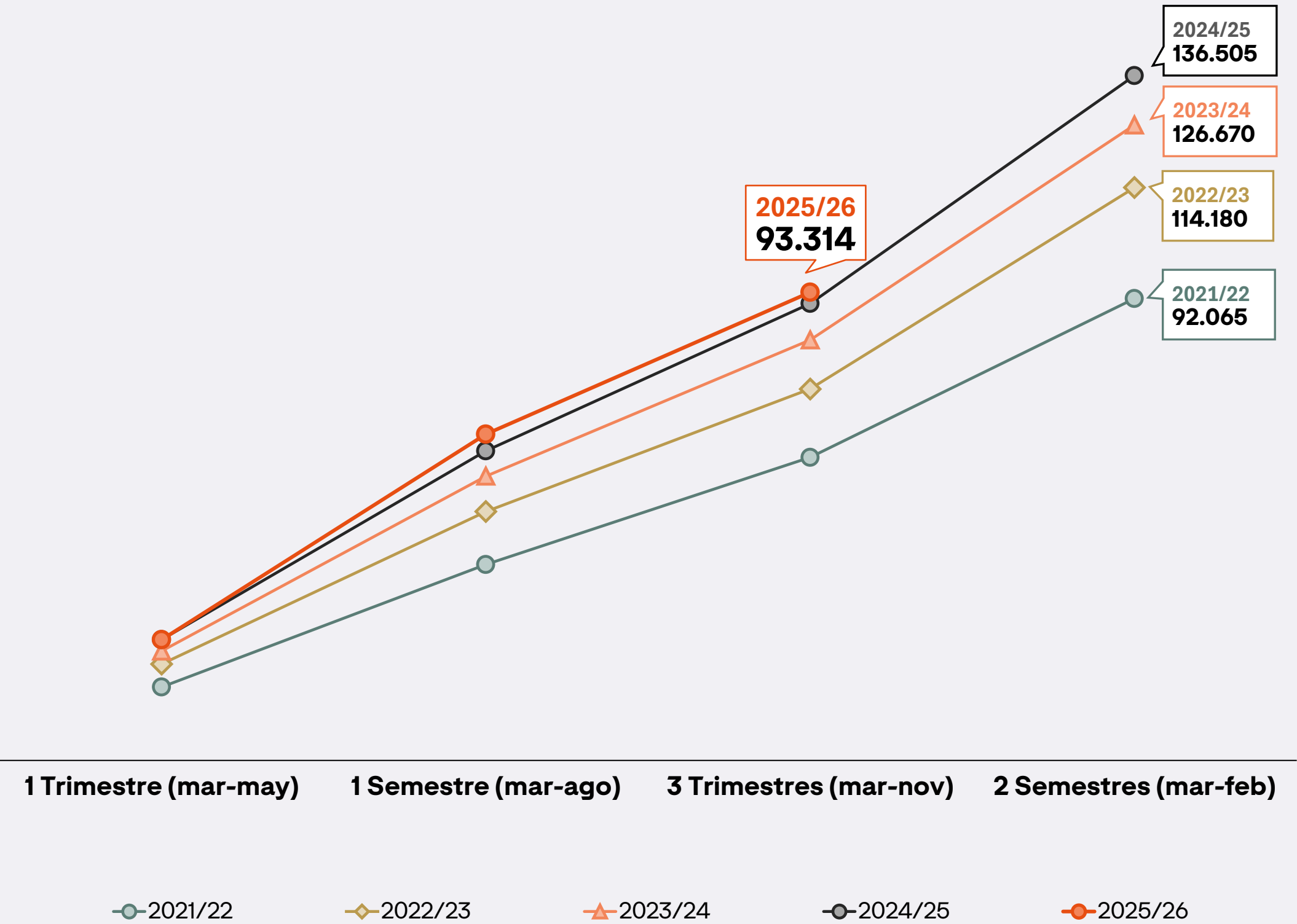


② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

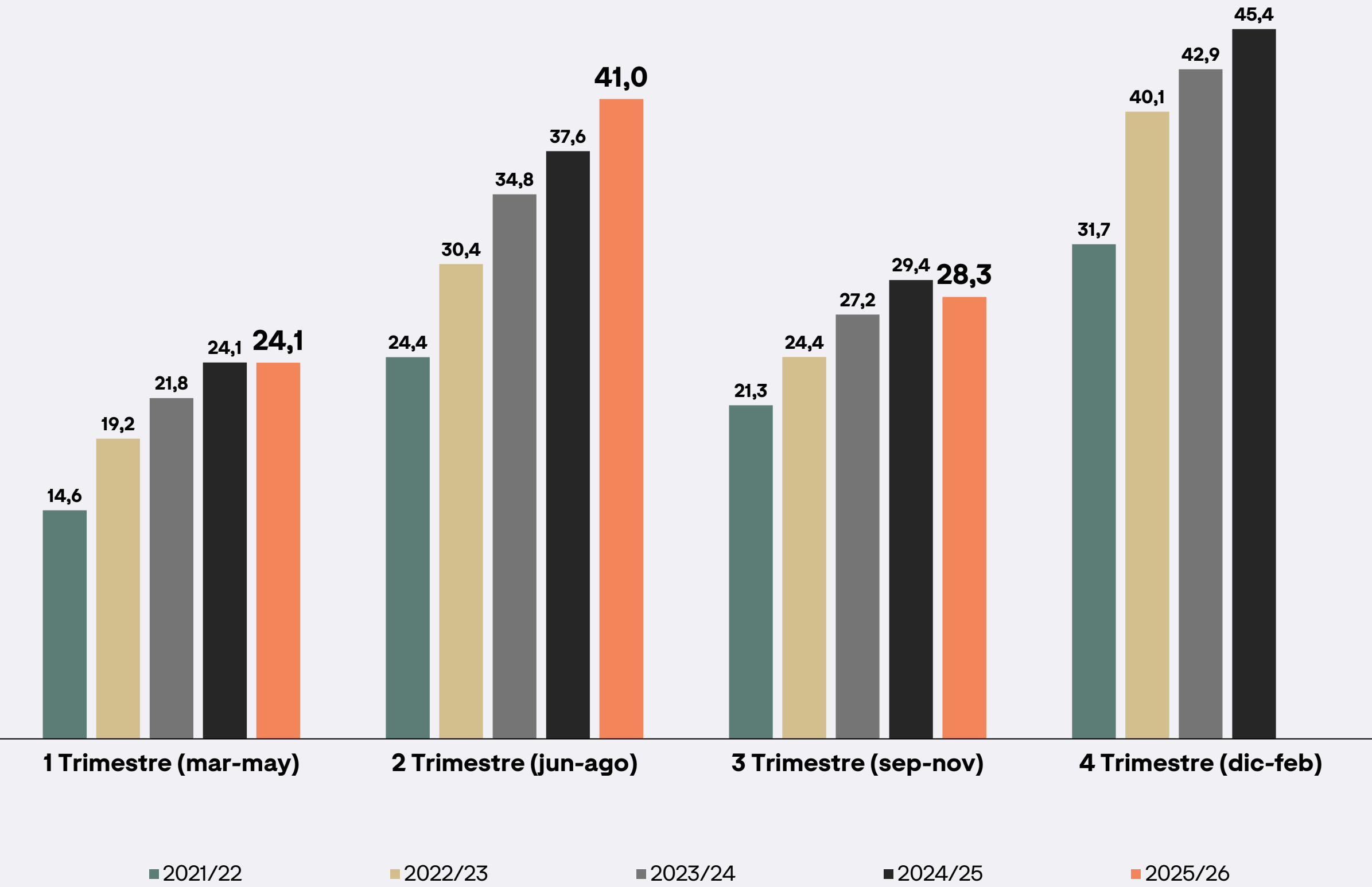
Evolución de ventas trimestrales acumuladas 2021/22 – 9M 2025/26

Cifras expresadas en miles de euros



Evolución de ventas trimestrales 2021/22 - 3T 2025/26

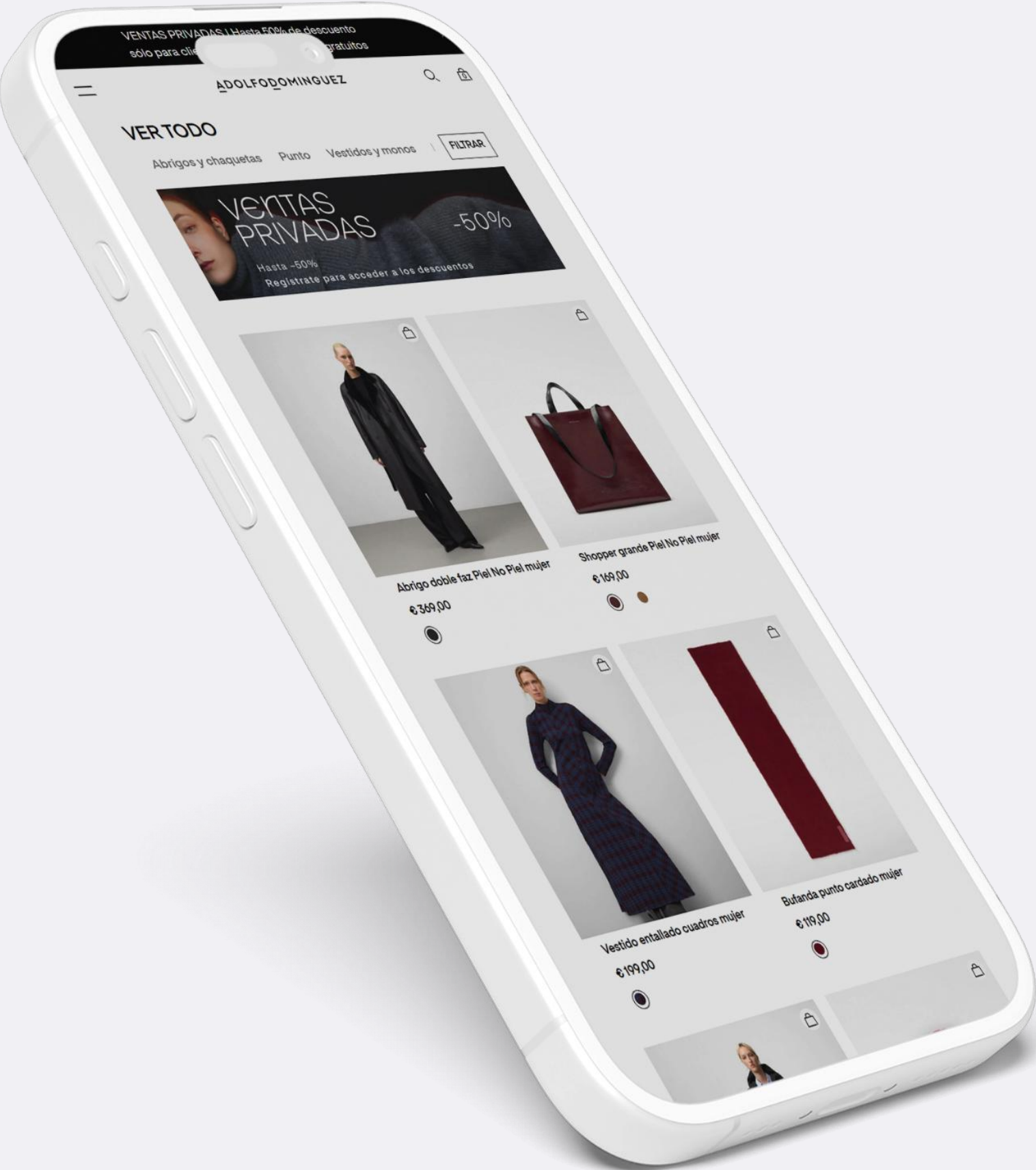
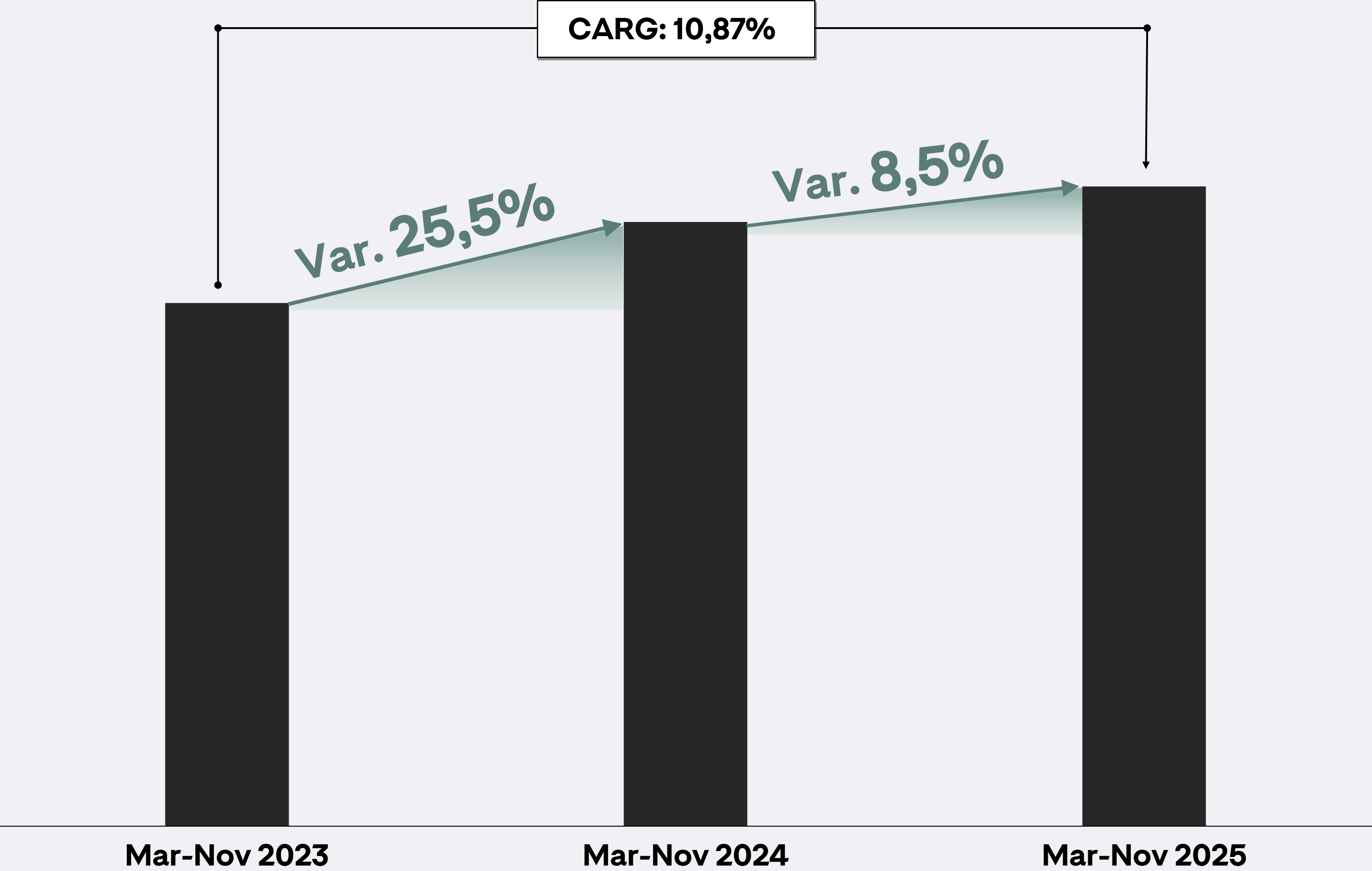
Cifras expresadas en millones de euros



② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

Evolución ventas online de 9M 2023/24 a 9M 2025/26

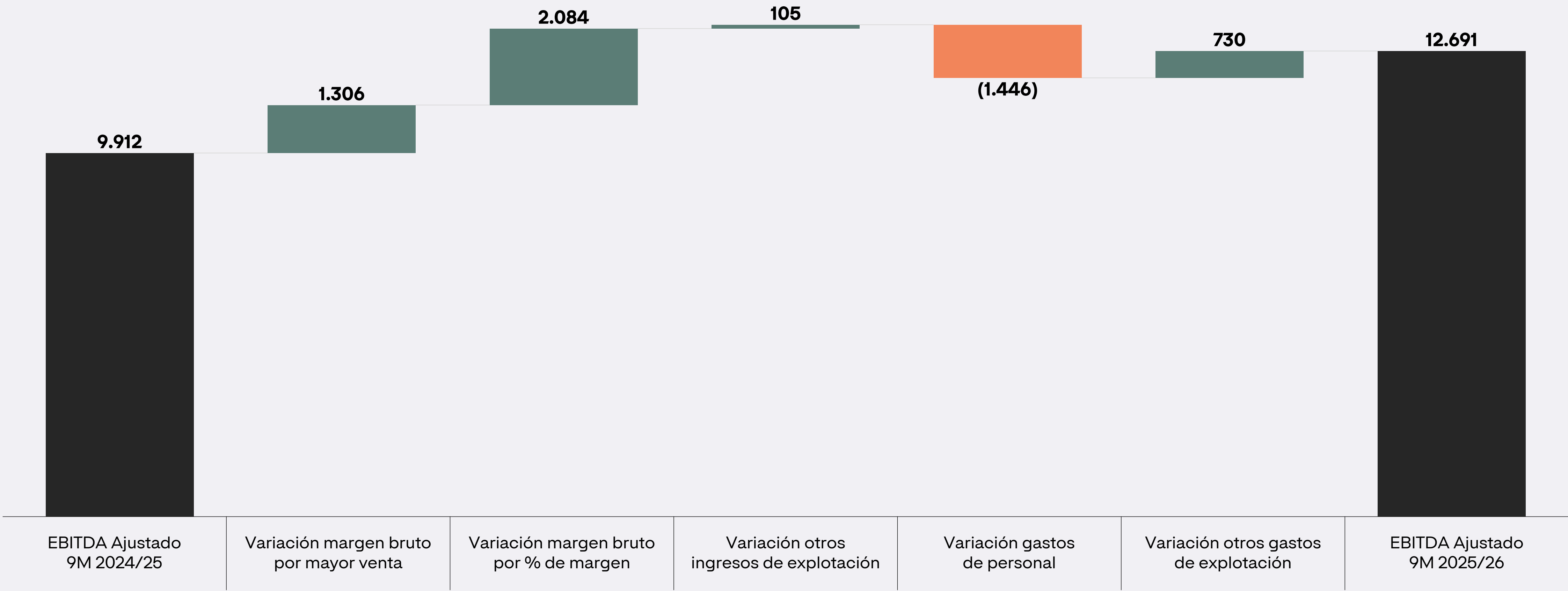


② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

Evolución EBITDA Ajustado 9M 2024/25 (marzo-noviembre 2024) a 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

Cifras expresadas en miles de euros

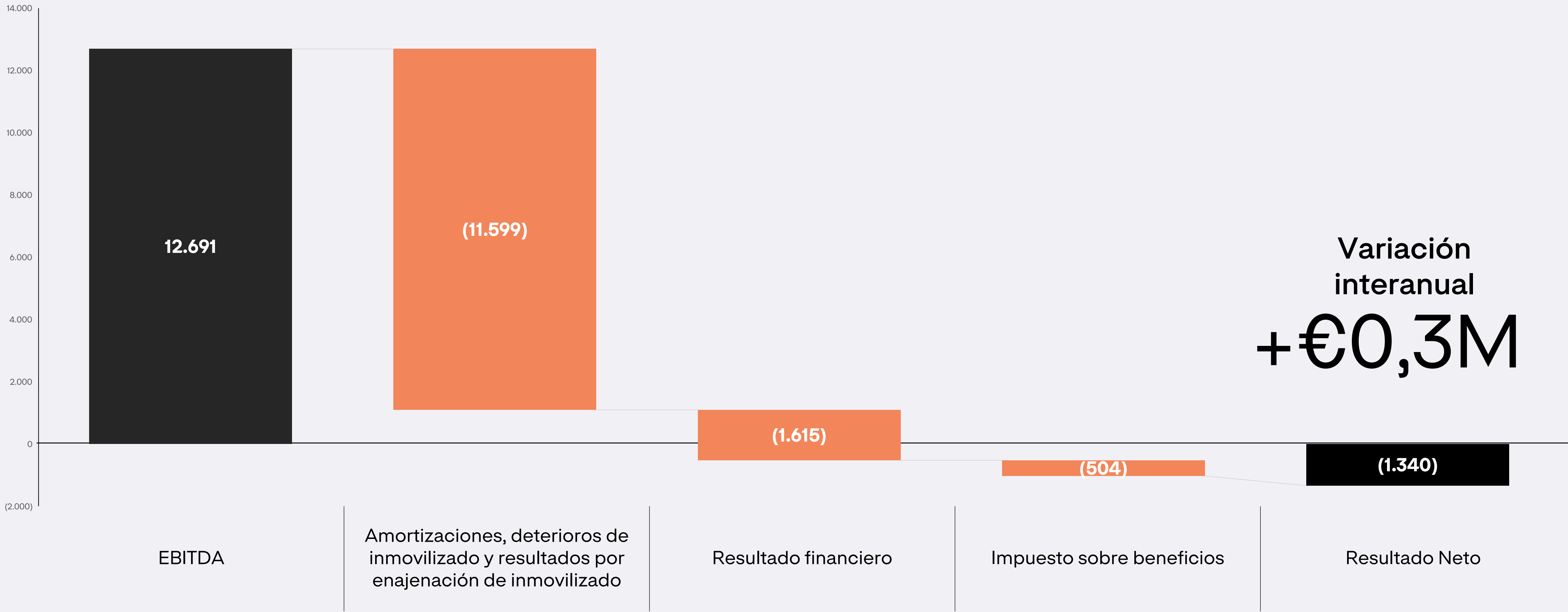


② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

I. Resultados económico-financieros

Generación de Resultado Neto de 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

Cifras expresadas en miles de euros



② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

II. Financiación

La posición financiera neta se mantiene en niveles sólidos, pese al incremento del endeudamiento del 28,7% registrado durante el periodo, derivado del mayor uso de financiación a corto plazo para acompañar el crecimiento de la actividad y de una gestión más activa del circulante. Esta evolución no compromete la capacidad financiera ni su generación de caja operativa, y se enmarca en una gestión prudente de la liquidez.

En este contexto, las principales ratios de endeudamiento continúan situándose en niveles contenidos y coherentes con la estructura patrimonial. La ratio de Deuda Financiera Neta sobre EBITDA Ajustado LTM se sitúa en 0,78x, mientras que las ratios de Deuda Financiera Neta sobre Recursos Propios y sobre Total Activos alcanzan 0,97x y 0,15x respectivamente. La evolución de estos indicadores responde principalmente al incremento de la deuda financiera neta y se produce en un contexto de estructura financiera equilibrada, sin financiación a largo plazo y con una adecuada posición de liquidez.

Cifras expresadas en miles de euros

Balance de situación consolidado

	Ejercicio 2025/26	Ejercicio 2024/25	
ACTIVO	30/11/2025	28/02/2025	% Var.
Activo no corriente	58.685	68.842	(14,8)
Derechos de uso	31.635	37.559	(15,8)
Inmovilizado intangible	1.911	2.620	(27,1)
Inmovilizado material	7.571	8.848	(14,4)
Inmuebles de inversión	1.878	1.897	(1,0)
Inversiones financieras a largo plazo	4.840	4.904	(1,3)
Activos por impuesto diferido	10.807	12.940	(16,5)
Otros activos no corrientes	44	73	(40,3)
Activo corriente	43.992	38.813	13,3
Existencias	31.370	28.133	11,5
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	9.205	6.067	51,7
Inversiones financieras a corto plazo	144	247	(41,8)
Administraciones públicas			--
Otros activos corrientes	1.330	1.329	0,1
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	1.942	3.038	(36,1)
Total activo	102.677	107.655	(4,6)

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

	Ejercicio 2025/26	Ejercicio 2024/25	
PASIVO	30/11/2025	28/02/2025	% Var.
Patrimonio neto total	15.774	17.013	(7,3)
Pasivo no corriente	30.801	38.930	(20,9)
Provisiones	127	123	3,3
Deudas con entidades de crédito		417	--
Otros pasivos financieros	122	130	(6,0)
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	22.317	28.147	(20,7)
Ingresos diferidos	331	443	(25,4)
Pasivos por impuesto diferido	7.905	9.671	(18,3)
Pasivo corriente	56.101	51.712	8,5
Provisiones a corto plazo	43	79	(45,5)
Deudas con entidades de crédito	17.313	9.942	74,1
Derivados	269	2	n.s.
Otros pasivos financieros corrientes	287	10	n.s.
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	12.475	12.431	0,4
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	22.507	25.826	(12,9)
Administraciones Públicas	3.206	3.422	(6,3)
Total pasivo	102.677	107.655	(4,6)

② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

II. Financiación

Cifras expresadas en miles de euros

Ejercicio 2025/26

Medidas alternativas de rendimiento	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	Mar-Nov 2025
Importe neto de la cifra de negocios	65.992	92.065	114.180	126.670	136.505	93.314
Margen Bruto	30.727	51.607	64.888	74.674	76.646	56.594
OPEX	(37.542)	(51.234)	(55.099)	(60.257)	(63.126)	(46.175)
EBITDA	(6.816)	373	13.362	17.380	16.928	12.378
EBITDA Ajustado	(6.816)	373	13.362	17.380	16.928	12.691
EBIT	(17.571)	(8.630)	2.960	3.457	2.860	779
Resultado Neto	(19.344)	(9.268)	159	730	908	(1.340)
Deuda financiera bruta total	15.985	17.525	18.283	15.256	10.359	17.313
Caja y equivalentes	16.354	15.145	9.137	4.339	3.038	1.942
Deuda Financiera Neta ¹	(369)	2.380	9.147	10.917	7.321	15.371
Activo Total	91.209	85.627	96.822	112.573	107.655	102.677
Recursos Propios	25.011	15.524	17.211	18.676	17.013	15.774
Deuda Financiera Neta/EBITDA LTM Ajustado ²	0,05	6,38	0,68	0,63	0,43	0,78
Deuda Financiera Neta/Recursos Propios	(0,01)	0,15	0,53	0,58	0,43	0,97
Deuda Financiera Neta/Total Activos	(0,00)	0,03	0,10	0,11	0,07	0,15

Márgenes operativos del periodo	Mar-Nov 2020	Mar-Nov 2021	Mar-Nov 2022	Mar-Nov 2023	Mar-Nov 2024	Mar-Nov 2025
% Margen Bruto	49,2%	57,0%	61,2%	61,2%	58,4%	60,6%
% Margen EBITDA	(13,8%)	(4,5%)	10,5%	11,6%	10,9%	13,3%
% Margen EBITDA Ajustado	(13,8%)	(4,5%)	10,5%	11,6%	10,9%	13,6%

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

1. Deuda Financiera Neta no incluye pasivo por arrendamiento.
2. EBITDA LTM Ajustado (últimos 12 meses) no incluye efecto por reversión de NIIF16.

② Resultados consolidados en 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

II. Financiación

Cifras expresadas en miles de euros

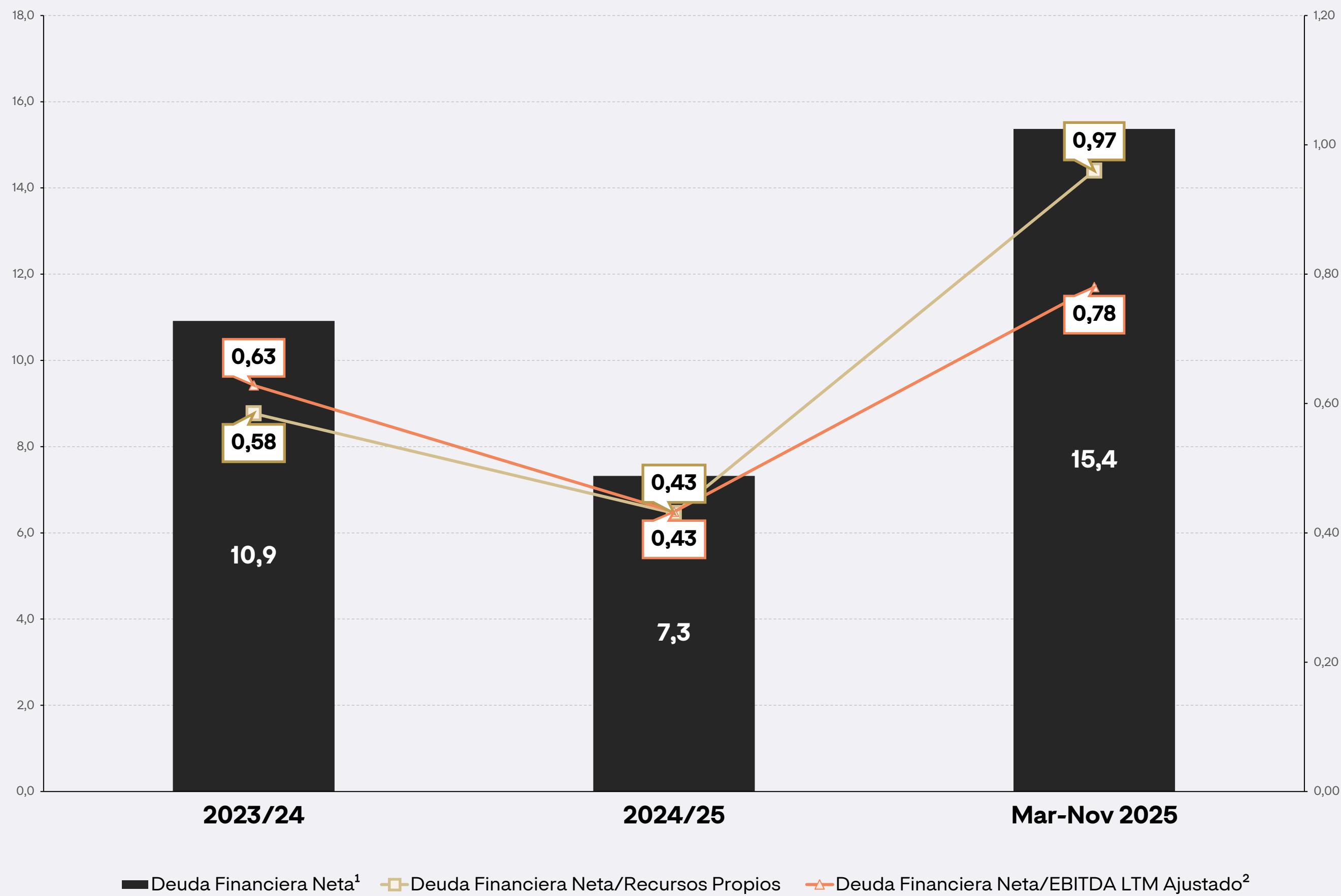
Cálculo Deuda Financiera Neta	30/11/25	28/02/25	% Var.
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	--	417	--
Otros pasivos financieros a largo plazo	--	--	--
Otros pasivos financieros a largo plazo-fianzas	--	--	--
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	17.313	9.942	74,1
Deuda Financiera Bruta total	17.313	10.359	67,1
Efectivo y otros equivalentes de efectivo	1.942	3.038	(36,1)
Deuda Financiera Neta	15.371	7.321	109,9

Cifras expresadas en miles de euros

Posición Financiera Neta	30/11/25	28/02/25	% Var.
Activos financieros	1.112	1.156	(3,8)
Efectivo y otros equivalentes	1.942	3.038	(36,1)
Total activos financieros	3.054	4.193	(27,2)
Deudas con entidades de crédito	(17.313)	(10.359)	67,1
Otros pasivos financieros	(132)	(139)	(5,3)
Total pasivos financieros	(17.445)	(10.498)	66,2
Posición Financiera Neta	(14.391)	(6.305)	128,2

DFN y ratios sobre recursos propios y EBITDA LTM Ajustado

Cifras expresadas en millones de euros



1. Deuda Financiera Neta no incluye pasivo por arrendamiento.
2. EBITDA LTM Ajustado (últimos 12 meses) no incluye efecto por reversión de NIIF16.

3

Red de Distribución y desglose de ventas



3 Red de Distribución y desglose de ventas

Durante el tercer trimestre del ejercicio 2025/26, la cifra neta de negocios alcanzó los 93,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,5% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Este crecimiento se apoya en el buen comportamiento de los canales full price y del canal online.

En términos de red comercial, el tercer trimestre se cerró con 372 puntos de venta, 3 más que a cierre del ejercicio anterior y 4 menos que el mismo periodo del año anterior, tras registrar 9 aperturas y 8 cierres, en línea con la estrategia de optimización y racionalización de la red.

El canal online volvió a destacar como principal motor de crecimiento, con un aumento del 8,5% hasta los 12,0 millones de euros, elevando su peso sobre el total de ventas hasta el 12,9%. Esta evolución confirma la consolidación del canal digital y su contribución estructural al crecimiento.

El canal de corners mantuvo una evolución positiva, con un crecimiento del 5,0%, aumentando su peso en la cifra neta de negocios hasta el 19,2%. Este comportamiento refleja la buena aceptación de la marca en espacios compartidos y la contribución de nuevas aperturas, principalmente en mercados internacionales.

Las ventas a través del canal de franquicias registraron un crecimiento del 11% respecto a 2024. Este canal representa un porcentaje relevante de la cifra neta de negocios (16%) y mantiene una sólida evolución en términos de ventas comparables (+8,5%).

Las tiendas en gestión directa registraron una disminución del 2,1%. Esta evolución responde principalmente a la desinversión del canal outlet en un contexto de normalización de la demanda y de optimización de este formato, mientras que las tiendas propias comparables en régimen full price mantuvieron una evolución positiva del 3,6%.

Variación de puntos de venta por canal 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)

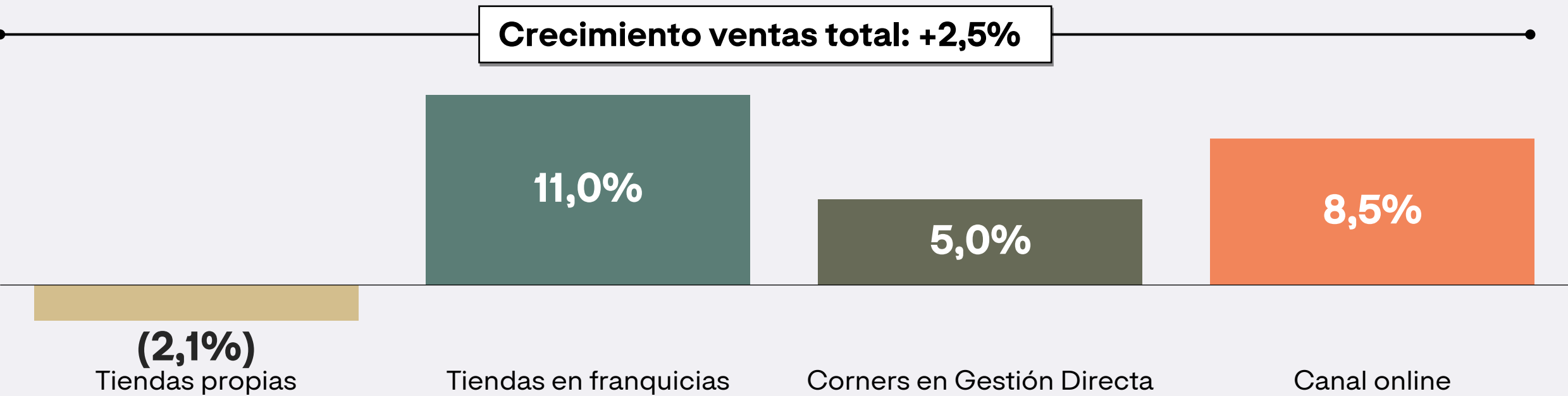
Cifras expresadas en unidades

Evolución de puntos de venta físicos y online	Tiendas propias	Franquicias	Corners	Total
Total puntos de venta a 28.02.2025	98	107	166	371
Nuevas aperturas	--	8	1	9
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	--	--	--	--
Cierres	(1)	(7)	--	(8)
Total puntos de ventas a 30.11.2025	97	108	167	372
Nº de tiendas reformadas durante el periodo	1	--	--	1

Cifras expresadas en unidades

Evolución de puntos de venta por categoría	Mar-Nov 2025	Mar-Nov 2024
Tiendas en Gestión Directa	98	98
Tiendas en Franquicia	107	108
Corners en Gestión Directa	167	170
Total Puntos de Venta	372	376

Crecimiento de ventas por canal 9M 2025/26 (marzo-noviembre 2025)



4

Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre



4 Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre



Mayo 2025
Publicación informe anual resultados 2024/25.
El Grupo publica sus cuentas anuales referidas al ejercicio 2024/25.

Abril 2025
Nuevo waiver por 12 millones de euros.
El Grupo amplía sus líneas de financiación a corto plazo por importe de 12 millones de euros.

Marzo 2025
Préstamo largo plazo a Adolfo Domínguez Japón.
La matriz ha constituido un préstamo bullet a 10 años de 4,6 millones de euros por la reclasificación de la deuda a corto plazo de la filial en Japón.



Mayo 2025
Publicación informe de seguimiento Lighthouse.
Lighthouse, con motivo de la publicación de resultados anual de Adolfo Domínguez, publica su informe de seguimiento.

Mayo 2025
Somos B Corp.
Adolfo Domínguez recibe la certificación B Corp, convirtiéndose en la primera marca de moda de textil española con una facturación superior a los 100 millones de euros en formar parte de la comunidad. Solo 9.000 empresas de todo el mundo son reconocidas por esta organización, 280 de ellas en España.



Mayo 2025
Jornada en el Foro Medcap 2025.
Un año más, participamos en el Foro MedCap para seguir en contacto con nuestros accionistas y con inversores interesados en conocer a la Compañía.



4 Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre



Junio 2025
¡Hola Estambul! Apertura de nueva tienda en Turquía.
Nueva tienda en EMAAR Square Mall. Ünalán Mhallesi Libadiye Caddesin, 82F.



Junio 2025
Lanzamiento nueva colección Aqua.
La nueva colección otoño/invierno 2025 de Adolfo Domínguez aporta al mercado sus nuevos diseños atlánticos, con prendas en todas las tonalidades de azules y verdes aguamarina.

Julio 2025
Apertura nuevas tiendas: Andorra y Ciudad de México.
Nueva apertura en el centro comercial Illa Carlemany en Escaldes-Engordany (Andorra); y en Ciudad de México, en el centro comercial Artz Pedregal.

Junio 2025
Adolfo Domínguez, top 3 de firmas de moda con mejor reputación corporativa.
La Compañía está entre las tres firmas del sector de la moda en España con mejor reputación corporativa según Ranking Merco 2025, que evalúa anualmente la reputación corporativa de empresas y líderes a nivel estatal.

Junio 2025
Extensión del Contrato Marco por 1 año.
En junio 2025, Adolfo Domínguez, S.A. ha formalizado con sus principales entidades financieras la sexta novación del Contrato Marco de Reestructuración, mediante la cual se extiende el vencimiento de las líneas de financiación de circulante hasta el 30 de junio de 2026. Este acuerdo supone una reafirmación del apoyo de la banca a la Compañía, reforzando su posición de liquidez y estabilidad financiera.

4 Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre



Septiembre 2025

Apertura nuevas tiendas: Líbano.

Dos nuevas tiendas en el Líbano: en el centro comercial ABC Dbayeh (Beirut) y en el centro comercial ABC Verdun (Beirut).



Septiembre 2025

Desfile en la Mercedes Benz Fashion Week.

La presentación de la colección primavera-verano 2026 en la MBFWM obtuvo un alcance significativo tanto en redes sociales como en medios de comunicación, consolidando su impacto en términos de visibilidad y posicionamiento de marca. En redes sociales el evento obtuvo un EMV de 474.000 euros, con un engagement del 2,6% y un alcance potencial de 10 millones de usuarios. Además, logró una gran repercusión y difusión en prensa, con amplia cobertura tanto en medios online como offline.



Septiembre 2025

Adriana Domínguez, Premio Eficacia a la mejor CEO.

La distinción reconoce su liderazgo orientado a la innovación, la sostenibilidad y el impulso de un cambio generacional. Premio concedido por la Asociación Española de Anunciantes y la Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora.



Septiembre 2025

Colombia Fashion Summit.

Adolfo Domínguez participó en la primera edición del Colombia Fashion Summit, un encuentro que reunió en Medellín a cerca de 400 directivos y empresarios del sector textil.

4

Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre



Septiembre 2025

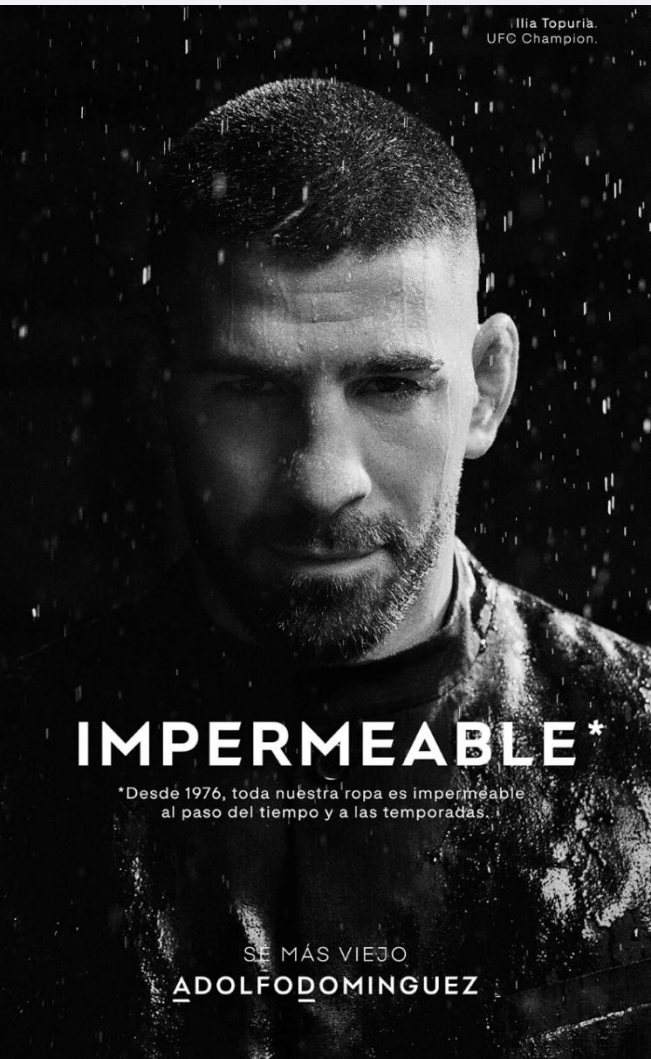
Reactivación de la Fundación Adolfo Domínguez.

La Fundación retoma su actividad con Adriana Domínguez como presidenta ejecutiva, Adolfo Domínguez como presidente de honor, José Luis Sainz como vicepresidente y Antonio Roade como director.

Octubre 2025

Cátedra I+AD con la Politècnica de Catalunya.

Adolfo Domínguez pone en marcha una cátedra con la Universidad Politècnica de Catalunya (UPC) para el desarrollo de proyectos de moda sostenible e innovación.



Octubre 2025

Ilia Topuria, UFFC World Champion protagoniza la campaña “Impermeable”.

El campeón mundial de UFC protagoniza la nueva campaña de Adolfo Domínguez, en la pone a prueba la durabilidad y la impermeabilidad de las prendas frente al paso del tiempo y las modas pasajeras.



Noviembre 2025

Apertura nueva tienda: Argentina.

Adolfo Domínguez amplía su presencia internacional con la apertura de una nueva tienda en Argentina, ubicada en el centro comercial Patio Bullrich, uno de los espacios más emblemáticos de Buenos Aires.



Noviembre 2025

Adriana Domínguez reivindica el territorio en el B Good Day.

La presidenta ejecutiva de Adolfo Domínguez participó en el B Good Day 2025, donde reflexionó sobre el territorio como eje de la sostenibilidad y la generación de valor con identidad local. Su intervención, ante más de 350 asistentes en el Museo de Arte Reina Sofía de Madrid, clausuró la octava edición del principal encuentro anual del movimiento B Corp.

④ Hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre

Hechos relevantes posteriores al cierre



Diciembre 2025

Apertura de nueva tienda: Georgia.

Nueva tienda Outlet ubicada en Gamarjveba, Tbilisi Bypass, Tbilisi, Georgia.



Diciembre 2025

Adriana Domínguez interviene en el Forbes CMO Summit 2025.

Adriana Domínguez participó en el Forbes CMO Summit 2025, encuentro que reunió en Madrid a directivos y profesionales del ámbito del marketing y la comunicación, donde abordó el papel de la intuición como elemento estratégico en la gestión y el liderazgo empresarial.

5

Adolfo Domínguez en Bolsa



5 Adolfo Domínguez en Bolsa

En el periodo marzo-noviembre de 2025, correspondiente a los primeros nueve meses del ejercicio fiscal de Adolfo Domínguez, la cotización de la acción se mantuvo prácticamente plana, con una ligera caída del -0.6% y estabilizó la capitalización bursátil por encima de los 46 millones de euros.

Estructura Accionarial (% participación)



ADOLFO DOMÍNGUEZ FERNÁNDEZ	31,51%
ANTONIO PUIG, S.A.	14,80%
LUXURY LIBERTY, S.A.	10,29%
GLOBAL PORTFOLIO INVESTMENTS, S.L.	8,55%
LA PREVISIÓN MALLORQUINA DE SEGUROS, S.A.	7,56%
RRETO MAGNUM SICAV, S.A.	4,50%
OTROS	22,79%

Este comportamiento de la cotización contrasta con el obtenido por los índices de referencia, IBEX 35 (+22,7%) e IBEX Small Cap (+12,1%), impulsados por sectores diferentes al de retail, como son el sector bancario, el tecnológico, el sector farmacéutico o el de energías renovables.

Respecto al volumen de negociación, se ha alcanzado en este periodo una media de contratación de 2.068 títulos diarios (-25,9% respecto al conjunto del ejercicio fiscal 2024/25), lo que ha supuesto un volumen efectivo medio de 8.435 euros diarios (-40,2% respecto al conjunto del ejercicio fiscal 2024/25). Hay que recordar que la acción de Adolfo Domínguez experimentó a finales de 2024 y principios de 2025 un fuerte impulso a la liquidez del valor tras su integración en el índice IBEX Small Cap.

Durante estos primeros nueve meses del ejercicio 2025/26 la compañía ha mantenido su presencia entre inversores y analistas, destacando las reuniones en el Foro Medcap con la nueva dirección y la celebración del webcast de los resultados del primer semestre, que tuvieron una respuesta positiva por parte del mercado con reflejo en los informes de Lighthouse y de Bestinver.

Cotización (euros)	Mar 2025 - Nov 2025	Mar 2024 - Feb 2025
Inicio	4,99	4,50
Mínimo	4,52	4,32
Máximo	5,40	6,00
Cierre periodo	4,96	4,99
Media	4,88	4,94

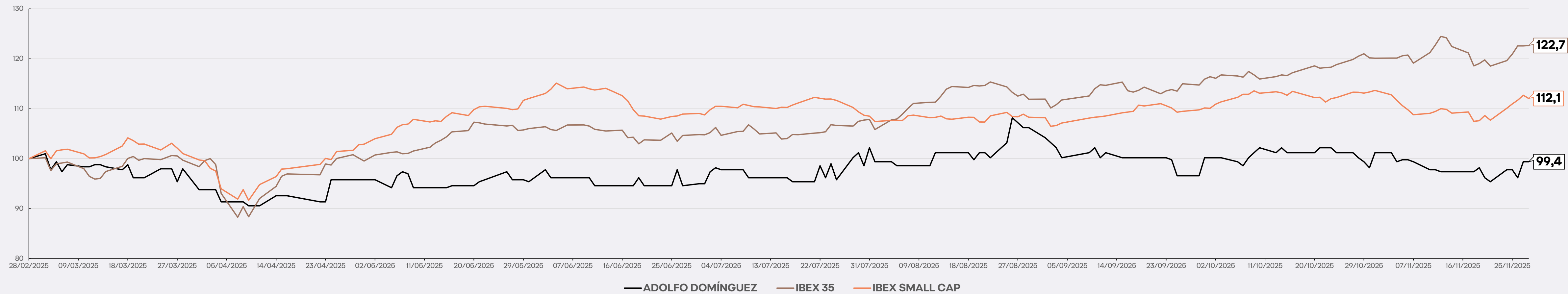
Otros indicadores bursátiles	Mar 2025 - Nov 2025	Mar 2024 - Feb 2025
Capitalización bursátil (euros)	46.009.496	46.287.779
Nº de acciones	9.276.108	9.276.108
Valor nominal de la acción (euros/acción)	0,6	0,6
Volúmen contratado acumulado (acciones)	369.422	669.725
Volúmen contratado medio diario (acciones)	2.068	2.791
Volúmen contratado efectivo acumulado (euros)	1.815.092	3.383.920
Volúmen contratado efectivo medio diario (euros)	8.435	14.100

Adolfo Domínguez vs Índices ¹	Mar 2025 - Nov 2025	Mar 2024 - Feb 2025
Adolfo Domínguez	(0,6%)	10,9%
IBEX 35	22,7%	33,5%
IBEX Small Cap	12,1%	17,1%

1. % de variación de cotización cierre en el periodo desde 29-02-2024 hasta el 28-02-2025 y desde el 03-03-2025 hasta el 28-11-2025.

5 Adolfo Domínguez en Bolsa

Adolfo Domínguez vs IBEX 35 e IBEX Small Cap
(28-02-2025 al 28-11-2025)



Adolfo Domínguez (ADZ): Evolución cotización y volumen títulos
(28-02-2025 al 28-11-2025)



6

Glosario

6 Glosario

Assets light:

Minimizar el uso de activos físicos y, en su lugar, aprovechar las alianzas y externalización para impulsar el crecimiento empresarial.

Córner:

Espacio de la marca ubicado dentro de una tienda o establecimiento ajeno (por ejemplo, un centro de El Corte Inglés). Suele tener una superficie inferior a la de una tienda de calle.

Deuda Financiera Neta:

Es la suma de la deuda financiera a largo y corto plazo (incluye deudas con entidades de créditos y terceros) menos el efectivo y otros activos líquidos equivalentes (saldos en bancos).

Deuda Financiera Neta/EBITDA (DFN/EBITDA):

No incluye pasivo por arrendamiento; el EBITDA no incluye efecto por reversión de NIIF 16.

EBIT:

Beneficio antes de intereses e impuestos.

EBITDA (Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization):

Beneficio de la empresa antes de restar los intereses a pagar por la deuda contraída, los impuestos propios del negocio, las depreciaciones por deterioro de este, y la amortización de las inversiones realizadas.

EBITDA Ajustado:

Indicador financiero que mide el resultado bruto de explotación de una empresa, excluyendo ingresos y gastos no recurrentes o extraordinarios (cierres de tiendas, indemnizaciones de posiciones no reemplazadas, gastos legales/fiscales extraordinarios), con el objetivo de reflejar el rendimiento operativo habitual del negocio.

Ecosistema ADN:

Plataforma que alberga todos los servicios personalizados de la marca. Incluye ADN RENT (servicio de alquiler), ADN BOX (personal shopper online con IA) y ADN LIVE (experiencias de venta interactiva). El Ecosistema ADN es accesible desde la página web de la firma: [ADN | Te damos la bienvenida a lo nuevo de Adolfo Domínguez](#).

Importe neto de la cifra de negocios:

Ingresos obtenidos por las ventas y los servicios prestados por la Compañía a sus clientes.

Margen bruto:

Beneficio directo por la venta de productos o servicio, es decir, la diferencia entre los ingresos por ventas obtenidos y los costes directos de producción (es decir, sin incluir las amortizaciones ni los gastos generales, financieros y comerciales).

Método Ágora:

En 2019, Adolfo Domínguez puso en marcha una nueva metodología para la creación de sus colecciones, conocida como el método Ágora. Con ella, todos los diseñadores de la firma trabajan en un mismo espacio, el Ágora, para crear las colecciones de hombre, mujer y complementos a partir de un mismo concepto que se declina en cada prenda. El Ágora es un lugar y una forma de crear que impulsa la creatividad y originalidad, similar a la utilizada en las marcas de alta costura.

Moda de autor:

La moda de autor es aquella que incluye en su proceso un alto componente de innovación y originalidad, que tiene un relato estético propio. Adolfo Domínguez es una firma de moda de autor. Las colecciones de la Compañía responden a una interpretación actualizada de los valores estéticos de la marca: sencillez, poesía y siluetas fluidas que representan la libertad en el vestir.

Omnicanalidad:

Combinación e interrelación entre todos los canales de venta disponibles para los clientes y su funcionamiento como uno solo. Por ejemplo: una estrategia omnicanal permite comprar online y devolver en tienda.

PLM:

Product Lifecycle Management.

Puntos de venta:

Puntos de venta abiertos en el periodo en curso. Incluye todos los espacios físicos y online, de gestión directa o de terceros.

RFID:

Radio Frequency Identification.

Sell-out:

Venta al consumidor final.

Servitización:

Generación de servicios dentro de la oferta comercial de la marca.

Social Live Shooping:

Experiencia de compra interactiva que permite conocer y comprar la colección en tiempo real de la mano de influencers.

Tienda en franquicia:

Tienda en la que la explotación de la misma está delegada a un tercero y no gestionada directamente por la marca. Puede incluir también el derecho de explotación de los productos y los servicios de la marca en un mercado o lugar concreto.

Tienda propia:

Tienda gestionada directamente por el Grupo de moda. Incluye establecimientos físicos y online.

Ventas comparables:

También llamadas ventas Like-for-Like. Ventas en tiendas comparables que no tienen en cuenta aperturas, ni reformas durante el ejercicio.

Ventas medias por punto de venta físico:

Ingresos de ventas totales del año entre el promedio de puntos de ventas del cierre del ejercicio en curso y del ejercicio anterior.


7

Contacto

relacion.inversores@adolfodominguez.com
+34 988 398 705 (08:00 a 16:15)

Páginas y canales para Accionistas e Inversores:

 adz.adolfodominguez.com

 www.linkedin.com/company/adolfo-domínguez-relaciones-con-inversores

Anexos



8 Anexos

Cifras expresadas en miles de euros	Primer Trimestre			Segundo Trimestre			Tercer Trimestre		
Análisis trimestralizado de la cuenta de resultados consolidada	Mar-May 2025	Mar-May 2024	% Var.	Jun-Ago 2025	Jun-Ago 2024	% Var.	Sept-Nov. 2025	Sept-Nov. 2024	% Var.
Importe neto de la cifra de negocios	24.076	24.090	(0,1)	40.953	37.619	8,9	28.285	29.369	(3,7)
Aprovisionamientos	(7.798)	(8.055)	(3,2)	(19.521)	(18.875)	3,4	(9.401)	(10.945)	(14,1)
Margen Bruto	16.278	16.035	1,5	21.432	18.745	14,3	18.884	18.424	2,5
Otros ingresos de explotación	710	483	47,0	712	1.176	(39,4)	851	509	67,1
Gastos de personal	(9.006)	(8.668)	3,9	(9.891)	(9.436)	4,8	(9.519)	(8.866)	7,4
Otros gastos de explotación	(5.834)	(5.752)	1,4	(6.033)	(6.529)	(7,6)	(5.892)	(6.208)	(5,1)
EBITDA Ajustado	2.147	2.097	2,4	6.221	3.955	57,3	4.323	3.859	12,0
Resultados no recurrentes ¹	(144)	--	--	80	--	--	(249)	--	--
EBITDA	2.003	2.097	(4,5)	6.301	3.955	59,3	4.074	3.859	5,6
Amortización del inmovilizado y deterioro	(3.652)	(3.794)	(3,7)	(3.919)	(2.733)	43,4	(4.028)	(3.861)	4,3
Resultado de Explotación (EBIT)	(1.648)	(1.696)	(2,8)	2.381	1.222	94,8	46	(1)	c.s.
Resultado financiero	(200)	(499)	(59,9)	(604)	(164)	n.s.	(810)	(1.153)	(29,7)
Resultado antes de impuestos	(1.849)	(2.195)	(15,8)	1.777	1.058	67,9	(765)	(1.154)	(33,7)
Impuesto sobre beneficios	97	319	(69,6)	54	193	(72,2)	(654)	133	c.s.
Resultado Neto	(1.752)	(1.876)	(6,6)	1.830	1.251	46,3	(1.419)	(1.021)	38,9

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

1. Pagos por indemnizaciones

8 Anexos

Cifras expresadas en miles de euros

Evolución ventas trimestrales	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	2025/26
1 Trimestre (mar-may)	20.531	6.720	14.633	19.215	21.810	24.090	24.076
2 Trimestre (jun-ago)	31.982	19.317	24.425	30.388	34.848	37.619	40.953
3 Trimestre (sep-nov)	24.111	14.493	21.348	24.437	27.155	29.369	28.285
4 Trimestre (dic-feb)	38.252	25.462	31.659	40.140	42.857	45.427	--
Total	114.876	65.992	92.065	114.180	126.670	136.505	114.876

Cifras expresadas en miles de euros

Evolución histórica de ventas por tipo de canal de distribución	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	Mar-Nov 2025
Importe neto de la cifra de negocios	114.876	65.992	92.065	114.180	126.670	136.505	93.314
Tiendas propias	61.722	31.366	47.935	61.960	66.160	71.233	48.519
Corners	24.556	12.017	19.383	23.976	25.032	25.614	17.876
Franquicias	18.030	9.383	12.023	15.234	19.613	19.768	14.916
Tienda online	10.569	13.226	12.724	13.010	15.865	19.890	12.003

Cifras expresadas en unidades

Evolución histórica de puntos de venta por categoría	29/02/2020	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023	29/02/2024	28/02/2025	Mar-Nov 2025
Tiendas en Gestión Directa	95	86	86	93	98	98	98
Tiendas en Franquicia	123	86	95	83	98	107	107
Corners en Gestión Directa	172	170	167	163	164	166	167
Total Puntos de Venta	390	342	348	339	360	371	372

% distribución histórica de puntos de venta por categoría	29/02/2020	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023	29/02/2024	28/02/2025	Mar-Nov 2025
Tiendas en Gestión Directa	24,36	25,15	24,71	27,43	27,22	26,42	26,34
Tiendas en Franquicia	31,54	25,15	27,30	24,48	27,22	28,84	28,76
Corners en Gestión Directa	44,10	49,71	47,99	48,08	45,56	44,74	44,89
Total Puntos de Venta	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

8

Anexos

Cifras expresadas en unidades

Evolución de puntos de venta por mercados geográficos	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023	29/02/2024	28/02/2025	30/11/2024	30/11/2025
Europa	189	180	165	172	173	178	174
Tiendas en Gestión Directa	69	67	71	77	79	79	78
Tiendas en Franquicia	26	23	8	8	11	12	13
Corners en Gestión Directa	94	90	86	87	83	87	83
México	111	126	128	134	141	141	144
Tiendas en Gestión Directa	3	3	3	2	2	2	3
Tiendas en Franquicia	32	46	48	55	56	56	57
Corners en Gestión Directa	76	77	77	77	83	83	84
Japón	14	16	19	19	17	17	17
Tiendas en Gestión Directa	14	16	19	19	17	17	17
Tiendas en Franquicia	--	--	--	--	--	--	--
Corners en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--	--
Resto del mundo	28	26	27	35	40	40	37
Tiendas en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--	--
Tiendas en Franquicia	28	26	27	35	40	40	37
Corners en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--	--
Total Puntos de Venta	342	348	339	360	371	376	372

ADOLFODOMINGUEZ